

ABSTRAK

Mita Nurul Hasanah. Strategi Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Budidaya Maggot. Analisis Deskriptif Pada Divisi CSR PT Bio Farma (Persero).

PT Bio Farma (Persero) merupakan BUMN produsen vaksin dan antisera terbesar di Asia Tenggara dan saat ini aktif menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sesuai dengan nilai perusahaan yaitu mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan, salah satunya melalui program budidaya maggot. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program budidaya maggot mulai dari *social mapping* (pemetaan sosial), konsep dan rancangan program sampai pada kegiatan sosialisasi program. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori citra, teori ini dipilih karena mampu mengkonstruksikan secara holistik proses pengelolaan CSR dalam meningkatkan citra perusahaan.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivistik yang bertujuan untuk memaknai makna-makna yang diungkapkan informan yang tidak dapat digeneralisir. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh dan menyeluruh dalam bentuk kata-kata pada suatu fenomena. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program budidaya maggot. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program budidaya maggot dimulai dengan *social mapping* untuk menghimpun data dan fakta lapangan yang mengacu kepada komponen penting berupa potensi sosial ekonomi dan permasalahan yang ada di masyarakat, kemudian dari data tersebut dibuatlah konsep dan rancangan berdasarkan perencanaan dan pelaksanaan program, terakhir dilakukan kegiatan sosialisasi yang mengacu kepada pendekatan komunikasi kelompok dan media sosial. Proses pelaksanaan dan sosialisasi program budidaya maggot bekerjasama dengan pihak eksternal untuk membantu CSR PT Bio Farma (Persero) dalam hal teknis yaitu komunitas pecinta alam dan penggiat lingkungan yaitu KABUT (Komunitas Bandung Utara). Strategi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program budidaya maggot ini dirasakan cukup efektif dalam mengenalkan program perusahaan kepada masyarakat, sehingga cukup efektif dalam meningkatkan citra PT Bio Farma (Persero).

Kata Kunci: Strategi, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Citra